

Agnieszka ŁUKASIK-TURECKA

Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II

Metoda *door-to-door* i jej zastosowanie przez lubelskich radnych w trakcie kampanii wyborczej do Rady Miasta w 2010 r.

Metoda *door-to-door* („od drzwi do drzwi”) rozumiana jako sposób prowadzenia kampanii wyborczej, polegający na bezpośrednich odwiedzinach w domach – spotkaniu kandydata politycznego lub jego przedstawiciela z wyborcą, kojarzona jest zazwyczaj z samorządową kampanią wyborczą. Wynika to ze specyfiki metody; bezpośredni kontakt z wyborcą w jego domu możliwy jest przy względnie małym okręgu wyborczym, takim, jak te tworzone w związku z wyborami samorządowymi. Nie znaczy to jednak, że przed innymi wyborami, np. w trakcie kampanii wyborczej do parlamentu, nie stosuje się tej metody. Wręcz przeciwnie, niektórzy kandydaci do parlamentu stosują metodę *door-to-door*, akceptując wybiórczy wówczas jej charakter.

T. Chmielewski i K. Malinowski piszą o metodzie *door-to-door* jako: „mniej widocznej, mniej efektownej, ale nie mniej efektywnej”¹ w porównaniu z kampaniami w mediach elektronicznych. Specyfika tej metody polega bowiem na mozolnym zbieraniu głosów w wyniku codziennych, wielogodzinnych wędrówek po domach wyborców bez towarzystwa kamer i błysku fleszy. Jak zauważają wspomniani autorzy: „Nie jest [...] *door-to-door* ani odpowiednikiem sprzedaży osobistej, ani marketingu bezpośredniego w gospodarce. Jest metodą specyficzną dla sfery polityki, łączącą cechy obu wymienionych instrumentów marketingu gospodarczego”².

Niniejszy artykuł poświęcony jest metodzie *door-to-door* i jej zastosowaniu przez lubelskich radnych w trakcie kampanii wyborczej do

¹ T. Chmielewski, K. Malinowski, *Door-to-door jako instrument aktywizacji wyborców*, w: *Marketing polityczny w poszukiwaniu strategii wyborczego sukcesu*, red. M. Jeziński, Toruń 2004, s. 261.

² Ibidem, s. 267.

Rady Miasta w 2010 r. Wyniki badań zamieszczone poniżej pokazują, w jakim zakresie metoda została wykorzystana przez kandydatów, którzy w wyniku wyborów uzyskali mandat radnego.

W październiku 2010 r. wyłoniono nową Radę Miasta Lublin. Tabela 1 przedstawia liczbę lubelskich radnych z podziałem na reprezentacje poszczególnych partii.

Tabela 1

Reprezentacja poszczególnych partii w Radzie Miasta w Lublinie

Liczba wszystkich radnych	Liczba radnych z ramienia PiS	Liczba radnych z ramienia PO	Liczba radnych z ramienia SLD
31	16	14	1

Źródło: www.um.lublin.eu.

Jak wynika z powyższej tabeli, największą reprezentację w lubelskiej Radzie Miasta ma Prawo i Sprawiedliwość (16 radnych), nieco mniejszą liczbę przedstawicieli ma Platforma Obywatelska (14 radnych), zaś 1 reprezentanta ma Sojusz Lewicy Demokratycznej.

W lutym 2011 r. za pośrednictwem przewodniczącego Rady Miasta Lublin p. Piotra Kowalczyka zwróciłam się do radnych z prośbą o wypełnienie ankiety poświęconej metodzie *door-to-door*. Radni zostali poproszeni o wypełnienie ankiety w trakcie przerw podczas VII sesji Rady Miasta w dniu 24 lutego 2011 r. Tabela 2 przedstawia ilość wypełnionych ankiet.

Tabela 2

Liczba ankiet wypełnionych przez radnych

Liczba wszystkich radnych	Liczba radnych, którzy wypełnili ankietę	Odsetek radnych, którzy wypełnili ankietę (w %)
31	20	64,5

Źródło: Badania własne.

Spśród 31 radnych 20 oddało wypełnione ankiety, co stanowi 64,5% wszystkich adresatów ankiety. Ilość wypełnionych ankiet przez radnych reprezentujących poszczególne partie przedstawia się w sposób następujący:

Tabela 3

Liczba ankiet wypełnionych przez radnych – zestawienie szczegółowe

	Liczba radnych reprezentujących daną partię	Liczba radnych, którzy wypełnili ankietę	Odsetek radnych, którzy wypełnili ankietę (w %)
PiS	16	14	87,5
PO	14	5	35,7
SLD	1	1	100,0

Źródło: Badania własne.

Największą grupę radnych, którzy zdecydowali się na udział w badaniu, stanowili radni reprezentujący PiS; aż 14 z 16 osób tworzących ten klub w Radzie Miasta wypełniło ankietę, co stanowiło 87,5% udziału w badaniu wszystkich radnych tego klubu. W przypadku radnych reprezentujących Platformę Obywatelską jedynie 5 z 14 osób wzięło udział w badaniu, co stanowiło 35,7% wszystkich radnych PO. Ankietę wypełnił również jedyny przedstawiciel SLD, co skutkowało 100% udziałem w badaniu przedstawicieli tej partii w Radzie Miasta. Nieco inne proporcje ukazuje zestawienie ankiet wypełnionych przez reprezentantów trzech partii w stosunku do wszystkich ankiet:

Tabela 4

Odsetek ankiet wypełnionych przez radnych reprezentujących poszczególne kluby w stosunku do wszystkich ankiet

	Liczba radnych, którzy wypełnili ankietę	Odsetek ankiet wypełnionych przez radnych reprezentujących poszczególne kluby w stosunku do wszystkich wypełnionych ankiet (w %)
PiS	14	70
PO	5	25
SLD	1	5

Źródło: Badania własne.

Największy odsetek ankiet wypełniony został przez radnych reprezentujących PiS (70%), z koleiankiety wypełnione przez radnych z klubu PO stanowią 25% wszystkich wypełnionych ankiet, zaś ankietawypełniona przez radnego reprezentującego SLD stanowi 5% wspomnianych ankiet.

Ciekawym zagadnieniem wydaje się być zależność między płcią i przynależnością partyjną a chęcią udziału w badaniu. Kwestię tę przedstawia tabela 5:

Tabela 5

Udział w badaniu a płeć ankieterowanych

	Liczba mężczyzn w Radzie Miasta	Liczba mężczyzn, którzy wypełnili ankietę	Odsetek mężczyzn, którzy wypełnili ankietę (w 100%)	Liczba kobiet w Radzie Miasta	Liczba kobiet, które wypełniły ankietę	Odsetek kobiet, które wypełniły ankietę (w 100%)
PiS	13	11	84,6	3	3	100
PO	11	5	45,5	3	0	0
SLD	1	1	100,0	–	–	–

Źródło: Badania własne.

Z powyższego zestawienia wynika, że w przypadku mężczyzn zgodę na przeprowadzenie badania, a tym samym wypełnienie ankiety, wyraziło aż 84,6% radnych PiS i tylko 45,5% radnych PO. Jedyny radny reprezentujący SLD wypełnił ankietę, dając tym samym udział w ankiecie 100% mężczyzn reprezentujących SLD. Nieco inaczej wygląda kwestia udziału w badaniu kobiet, w tym przypadku radnych PiS i PO. Wszystkie 3 panie reprezentujące Prawo i Sprawiedliwość wypełniły ankietę, co dało 100% udziału kobiet reprezentujących ten klub, z kolei żadna z 3 pań reprezentujących Platformę Obywatelską nie wypełniła ankiety, w związku z tym udział w badaniu tej grupy radnych wyniósł 0%.

Zakres stosowania metody *door-to-door* przez obecnych radnych był możliwy do zbadania jedynie wśród tych, którzy wyrazili chęć i wypełnili ankietę poświęconą tej metodzie. Pierwszym zatem krokiem było pozyskanie informacji ilu radnych w trakcie ostatniej kampanii wyborczej do Rady Miasta zastosowało tę metodę. Informację tę zawarto w tabeli 6:

Tabela 6

Zastosowanie metody *door-to-door* wśród ankieterowanych

Liczba radnych, którzy wypełnili ankietę	Liczba radnych, którzy zastosowali metodę <i>door-to-door</i>	Odsetek* radnych, którzy zastosowali metodę <i>door-to-door</i>
20	9**	45

* Liczony w stosunku do osób, które wypełniły ankietę.

** Ośmiu radnych jednoznacznie potwierdziło, że stosowało metodę *door-to-door*, jedenastu, że nie stosowało, jeden zaś napisał, że nie stosował metody, w dalszym ciągu ankiety potwierdził jednak, że osobiście odwiedzał wyborców w ich domach, co zadecydowało o zaliczeniu go do osób stosujących w wyborach samorządowych 2010 metodę *door-to-door*.

Źródło: Badania własne.

Spośród 20 radnych, którzy zdecydowali się przystąpić do badania, 9 zastosowało metodę *door-to-door*. Stanowi to 45% wszystkich radnych, którzy wypełnili ankietę. Radni ci reprezentują różne partie:

Tabela 7

Odsetek radnych reprezentujących poszczególne kluby w Radzie Miasta, którzy zastosowali metodę *door-to-door*, w stosunku do wszystkich radnych, którzy zastosowali tę metodę

	Liczba radnych, którzy zastosowali metodę <i>door-to-door</i>	Odsetek radnych reprezentujących poszczególne kluby w Radzie Miasta, którzy zastosowali technikę <i>door-to-door</i> w stosunku do wszystkich radnych, którzy zastosowali tę technikę (w %)
PiS	5	55,6
PO	4	44,4
SLD	0	0,0

Źródło: Badania własne.

Spośród 9 radnych, którzy w trakcie kampanii wyborczej 2010 r. w wyborach samorządowych do Rady Miasta zdecydowali się zastosować metodę *door-to-door*, ponad połowę (55,6%) stanowią radni reprezentujący PiS, nieco poniżej połowy (44,4%) stanowią radni reprezentujący PO. Radny reprezentujący SLD w trakcie ostatniej kampanii wyborczej do Rady Miasta nie stosował omawianej metody.

Nieco inaczej wyglądają proporcje, jeśli przyjrzymy się, jaki odsetek radnych w poszczególnych partiach zastosował wspomnianą metodę:

Tabela 8

Zastosowanie metody *door-to-door* – podział na reprezentantów partii

	Liczba radnych, którzy wypełnili ankietę	Liczba radnych, którzy zastosowali metodę <i>door-to-door</i>	Odsetek radnych, którzy zastosowali metodę <i>door-to-door</i>
PiS	14	5	35,7
PO	5	4	80,0

Źródło: Badania własne.

Spośród radnych PiS, którzy przystąpili do badania (14 osób), jedynie 5 zastosowało omawianą metodę, co stanowi 37%. Z kolei z 5 radnych PO, którzy wypełnili ankietę, aż 4 zastosowało metodę *door-to-door*, co daje 80%. Bardziej szczegółowe zestawienie, ukazujące podział na mężczyzn i kobiety, przedstawia tabela 9:

Tabela 9

Zastosowanie metody *door-to-door* – zestawienie szczegółowe z podziałem na płeć

	Liczba mężczyzn, którzy wypełnili ankietę	Liczba mężczyzn, którzy zastosowali metodę <i>door-to-door</i>	Odsetek mężczyzn, którzy zastosowali metodę <i>door-to-door</i> (w 100%)	Liczba kobiet, które wypełniły ankietę	Liczba kobiet, które zastosowały metodę <i>door-to-door</i>	Odsetek kobiet, które zastosowały metodę <i>door-to-door</i>
PiS	11	4	36,4	3	1	33,3
PO	5	4	89,0	0	–	–
SLD	1	0	0,0	–	–	–

Źródło: Badania własne.

Biorąc pod uwagę kryterium płci, spośród 9 osób, które zastosowały metodę, aż 8 stanowią mężczyźni. 4 z nich reprezentuje PiS, 4 – PO. Jedyna kobieta, która w badaniach potwierdziła zastosowanie metody, reprezentuje PiS. Tak znikoma liczba kobiet, które skorzystały z omawianej metody może wynikać z niebezpieczeństw, jakie wiążą się z odwiedzaniem mieszkań i domów obcych ludzi. Mężczyźni-radni PiS, którzy zastosowali metodę *door-to-door*, stanowią 36,4% wszystkich mężczyzn-radnych PiS, którzy przystąpili do badania. Z kolei mężczyźni-radni PO, którzy zastosowali omawianą metodę stanowią 80 wszystkich mężczyzn-radnych PO, którzy wypełnili ankietę.

Kolejnym kryterium, które wzięto pod uwagę w trakcie badań jest kryterium wieku. Tabela 10 ukazuje zależność między wiekiem a zastosowaniem metody *door-to-door*:

Tabela 10

Wiek radnych a zastosowanie metody *door-to-door*

	Radni w wieku do 25 lat	Radni w wieku do 25 lat, którzy zastosowali metodę <i>door-to-door</i>	Radni w wieku 26–40 lat	Radni w wieku 26–40 lat, którzy zastosowali metodę <i>door-to-door</i>	Radni w wieku 41–55	Radni w wieku 41–55 lat, którzy zastosowali metodę <i>door-to-door</i>	Radni w wieku 56 i więcej	Radni w wieku 56 lat i więcej, którzy zastosowali metodę <i>door-to-door</i>
1	2	3	4	5	6	7	8	9
PiS	–	–	3	1	7	2	4	2
PO	–	–	1	1	4	3	–	–

1	2	3	4	5	6	7	8	9
SLD	–	–	–	–	–	–	1	0
Razem	–	–	4	2	11	5	5	2

Źródło: Badania własne.

Z powyższego zestawienia wynika, że wśród radnych, którzy postawili na metodę *door-to-door*, znalazły się głównie osoby w wieku 41–55 lat (5 osób). Pozostałe 4 osoby, które odwiedzały wyborców w ich domach, reprezentują grupy wiekowe 26–40 lat (2 osoby) i 56 lat i więcej (również 2 osoby). Wynik ten może nieco dziwić, gdyż specyfika metody wymaga pewnego wysiłku fizycznego, co powinno skutkować stosowaniem jej raczej przez osoby młodsze.

Radni, którzy skorzystali z omawianej metody, czynili to w różnym zakresie. Zastosowana metoda mogła mieć charakter wiodący lub jedynie wspierający³. Poniższe zestawienie ukazuje, jaki charakter nadali jej korzystający z niej kandydaci na radnych:

Tabela 11

Charakter zastosowanej metody* (tę rubrykę wypełniło tylko 8 osób)

	Radni PiS – kobiety	Radni PiS – mężczyźni	Radni PO – mężczyźni	Razem	Razem (w %)
Wiodący	1	1	1	3	37,5
Wspierający		1	3	4	50,0
Trudno powiedzieć	–	1	–	1	12,5

* Odsetek liczony w stosunku do osób, które wypełniły dany punkt ankiety.

Źródło: Badania własne.

Nie dla wszystkich osób, które zastosowały metodę *door-to-door*, miała ona taki sam charakter. Dla części metoda ta miała charakter wiodący (37,5% radnych, którzy zastosowali metodę), dla innych jedynie wspierający (50%). Na wiodący charakter metody wskazują 3 osoby (2 radnych PiS – kobieta i mężczyzna i 1 radny PO). Z kolei dla 4 osób wspomniana metoda miała charakter jedynie wspierający. Tak zadeklarowało 3 radnych reprezentujących PO i 1 radny reprezentujący PiS.

³ W literaturze przedmiotu możemy się również spotkać z określeniem strategiczny zamiast wiodący.

Jednemu ankietowanemu trudno określić charakter metody, którą zastosował.

Metoda *door-to-door* może być stosowana zarówno przez samego zainteresowanego – kandydata, jak również jego reprezentantów. Jak zauważają T. Chmielewski i K. Malinowski: „Odwiedziny, prowadzone samodzielnie przez kandydata, są bardzo efektywną odmianą *door-to-door*”⁴. Wspomniani autorzy podkreślają jednak, że w ogólnym przypadku zaleca się realizację wizyt kandydata wspólnie z członkami sztabu, chyba, że mamy do czynienia z kandydatem początkującym lub znanym z silnej osobowości – wówczas odbiór pojedynczej osoby może również być pozytywny. Czy lubelscy radni skorzystali z pomocy sztabowców, czy zdecydowali się na osobiste odwiedziny pokazuje poniższe zestawienie:

Tabela 12

Osobiste odwiedziny kandydatów w domach wyborców

	Radni PiS – kobiety	Radni PiS – mężczyźni	Radni PO – mężczyźni	Razem	Razem (w %)
Tak	1	3	4	8	88,9
Nie	–	1	–	1	11,1

Źródło: Badania własne.

Większość respondentów, którzy zdecydowali się skorzystać z omawianej metody odwiedzała wyborców osobiście. Taką deklarację złożyło 8 z 9 ankietowanych, co daje 88,9%. Tylko 1 radny (mężczyzna reprezentujący PiS) nie odwiedzał wyborców osobiście.

Osobiste odwiedziny kandydata nie wykluczały odwiedzin jego przedstawicieli. Wyniki dotyczące tej kwestii przedstawia tabela 13:

Tabela 13

Odwiedziny reprezentantów kandydatów w domach wyborców

	Radni PiS – kobiety	Radni PiS – mężczyźni	Radni PO – mężczyźni	Razem	Razem (w %)
Tak	–	1	2	3	33,3
Nie	1	3	2	6	66,7

Źródło: Badania własne.

⁴ T. Chmielewski, K. Malinowski, *Door-to-door jako instrument aktywizacji wyborców*, w: *Marketing polityczny w poszukiwaniu strategii wyborczego sukcesu*, red. M. Jeziński, Toruń 2004, s. 275.

W 3 przypadkach w imieniu kandydatów odwiedzały wyborców inne osoby. Z takiej opcji skorzystało 3 radnych (1 mężczyzna reprezentujący PiS i 2 mężczyzn reprezentujących PO). Kim byli przedstawiciele kandydata pokazuje tabela 14:

Tabela 14

**Charakter osób reprezentujących kandydatów
(można było zaznaczyć kilka odpowiedzi)**

	Radni PiS – kobiety	Radni PiS – mężczyźni	Radni PO – mężczyźni	Razem
Rodzina	–	–	–	–
Przyjaciele, znajomi	1	1	2	4
Wolontariusze	–	–	2	2
Inne osoby (kto?)	–	–	–	–

Źródło: Badania własne.

Reprezentantami kandydatów w 4 przypadkach byli przyjaciele i znajomi (reprezentowali radną PiS, radnego PiS i 2 radnych PO) i w dwóch przypadkach wolontariusze (reprezentujący radnych PO).

Bez względu na to czy kandydat osobiście odwiedzał potencjalnych wyborców, czy robiły to za niego inne osoby, istotną kwestią jest problem uprzedzania mieszkańców o wizycie kandydata. Tabela 15 przedstawia wyniki badań dotyczące tej kwestii:

Tabela 15

Anonsowanie wizyt w domach wyborców (tę rubrykę wypełniło tylko 8 osób)

	Radni PiS – kobiety	Radni PiS – mężczyźni	Radni PO – mężczyźni	Razem	Razem (w %)
Tak	–	1	–	1	12,5
Nie	1	2	4	7	87,5

Źródło: Badania własne.

Powyższe zestawienie pokazuje, że tylko 1 osoba stosująca metodę *door-to-door* uprzedzała o swojej wizycie przy użyciu telefonu i domofonu. Dane te mogą nieco dziwić. Wydaje się, że wcześniejsza informacja o planowanej wizycie może spowodować przychylniejsze nastawienie do kandydata, a w wielu przypadkach może wręcz stanowić jedyną szansę na zrealizowanie wizyty.

Bez względu na to czy kandydat uprzedzał mieszkańców o swojej wizycie, czy nie, pewien problem stanowi częsty brak potencjalnych wyborców w ich domach. Z tym problemem kandydaci radzili sobie w różny sposób:

Tabela 16

Sposób postępowania w przypadku nieobecności domowników

Radni PiS – kobiety	Radni PiS – mężczyźni	Radni PO – mężczyźni
– Zostawiałam list – 1	– Zostawiałem materiały wyborcze w skrynkach pocztowych – 1 – Zostawiałem ulotkę – 1 – Pozostawiałem w drzwiach ulotkę wraz z dołączoną informacją o osobistych odwiedzinach – 1	– chodziliśmy do następnego mieszkania – 1 – nic – 1

Źródło: Badania własne.

W sytuacji, gdy kandydaci nie zastali nikogo w domu, to zostawiali: list (radna PiS), ulotkę (radny PiS), ulotkę wraz z dołączoną informacją o osobistych odwiedzinach (radny PiS), materiały wyborcze w skrynkach pocztowych (radny PiS). 1 z respondentów – radny PO w takim przypadku przechodził do następnego mieszkania, inny radny PO nic nie robił w takiej sytuacji.

Zarówno przeprowadzenie rozmów z potencjalnymi wyborcami, jak i poradzenie sobie z sytuacją, kiedy wyborców nie ma w domu, lub gdy nie chcą wpuścić do mieszkania, wymaga odpowiednich przygotowań. Poniższe zestawienie pokazuje ilu radnych skorzystało ze szkoleń w tym zakresie:

Tabela 17

Udział w szkoleniach przygotowujących do odwiedzin w domach wyborców

	Radni PiS – kobiety	Radni PiS – mężczyźni	Radni PO – mężczyźni	Razem	Razem (w %)
Tak	–	1	2	3	33,3
Nie	1	3	2	6	66,7

Źródło: Badania własne.

Tylko 1/3 radnych, którzy zastosowali omawianą metodę, brała udział w jakimkolwiek szkoleniu, przygotowującym do odwiedzin w domach wyborców. Osobami, które brały udział w tego typu szkoleniach byli

mężczyźni: 1 reprezentujący PiS i 2 reprezentujących PO. Tabela 18 pokazuje jakiego rodzaju były to szkolenia:

Tabela 18

Rodzaje szkoleń, w których brali udział kandydaci

Radni PiS – kobiety	Radni PiS – mężczyźni	Radni PO – mężczyźni
–	– 1 godzina szkolenia przez firmę marketingową co do zachowania w spotkaniu z wyborcą	– szkolenie w ramach kampanii prezydenckiej – szkolenia sprzedażowe

Źródło: Badania własne.

Respondenci określili rodzaje szkoleń, jakie odbyli w związku ze zbliżającymi się wyborami. Były to: szkolenie zorganizowane przez firmę marketingową dotyczące zachowań w kontakcie z wyborcą, szkolenie w ramach kampanii prezydenckiej i szkolenie sprzedażowe.

Istotną kwestią dla osób stosujących metodę *door-to-door* jest sprawa określenia liczby domów czy mieszkań, które kandydat zamierza odwiedzić. Nie jest to sprawa łatwa; liczbę tę ogranicza okres kampanii wyborczej, czas wolny kandydata, wreszcie jego możliwości fizyczne. Jakie były kryteria doboru domów i mieszkań odwiedzonych przez lubelskich kandydatów do Rady Miasta pokazuje poniższe zestawienie:

Tabela 19

Kryteria doboru domów/mieszkań odwiedzanych przez kandydatów do Rady Miasta

Radni PiS – kobiety	Radni PiS – mężczyźni	Radni PO – mężczyźni
–	– typologia na chybił trafił – obwody na terenie osiedla zamieszkania kandydata – najbliższe sąsiedztwo (ok. 2 tys. mieszkań) – wszystkie adresy po kolei w okręgu wyborczym	– numery poszczególnych domów/bloków w okręgu – losowe – pokrycie całej dzielnicy

Źródło: Badania własne.

Kryteria doboru określili jedynie mężczyźni, którzy zastosowali metodę *door-to-door*. I tak radni PiS dobierali mieszkania: na „chybił trafił” (1 respondent), wedle najbliższego sąsiedztwa (1 osoba), wszystkie adresy po kolei (1 ankietowany). Z kolei dla radnych PO kryteriami doboru były: numery poszczególnych domów w okręgu (1 respondent), dobór losowy (1 osoba), i chęć „pokrycia całej dzielnicy” (1 ankietowany).

Tabela 20

Liczba lub odsetek domów odwiedzonych przez kandydata

Radni PiS – kobiety	Radni PiS – mężczyźni	Radni PO – mężczyźni
–	30%, 5–10%, 50%,	ok. 200 mieszkań, 15%, ok. 1000 mieszkań

Źródło: Badania własne.

Dane dotyczące liczby odwiedzonych domów są bardzo różne. Radnym PiS (mężczyźni) udało się odwiedzić od 5–10% aż do 50% wyborców ze swojego okręgu. Z kolei radni PO odwiedzili od 200 nawet do 1000 mieszkań; inny radny PO podaje, że odwiedził 15% swoich potencjalnych wyborców.

Bez względu na ilość mieszkań, które kandydat zdołał odwiedzić, każda wizyta wiązała się z konkretnymi reakcjami potencjalnych wyborców na kandydata. Poniższe zestawienie pokazuje, jakie reakcje wywoływało u gospodarzy pojawienie się takiego gościa:

Tabela 21

**Reakcje, z jakimi zetknęli się kandydaci na radnych podczas wizyt
w domach wyborców**

	Radni PiS – kobiety	Radni PiS – mężczyźni	Radni PO – mężczyźni	Razem	Razem (w %)*
Pozytywne	1	4	3	8	88,9
Negatywne	–	3	1	4	44,4
Neutralne	–	3	3	6	66,7

* Dane nie sumują się do 100%, ponieważ ankietowani zostali poproszeni o wskazanie wszystkich reakcji, zatem odpowiedzi mogło i najczęściej było więcej niż jedna.

Źródło: Badania własne.

Większość radnych, którzy zastosowali omawianą metodę, spotkała się z pozytywnymi reakcjami wyborców w trakcie wizyt w ich domach. Na takie reakcje wskazuje 8 na 9 radnych, co stanowi 88,9%. Na neutralne reakcje wskazuje 6 z 9 respondentów, co daje 66,7%. Najrzadziej respondenci spotykali się z reakcjami negatywnymi, tylko 4 na 9 radnych (44,4%) potwierdza, że się z takim reakcjami spotkało. Które z reakcji były najczęstsze – pokazuje poniższe zestawienie:

Tabela 22

**Reakcje, z jakimi spotykali się radni w trakcie wizyt w domach wyborców:
od najczęściej spotykanych (1) do najrzadziej spotykanych (3)**

	Radni PiS – kobiety	Radni PiS – mężczyźni	Radni PO – mężczyźni
Pozytywne	1	1, 2, 1, 1	2, 2, 1, 1
Negatywne	–	3, 3, 3	3, 3, 3, 3
Neutralne	–	1, 2, 2	1, 1, 2, 2

Źródło: Badania własne.

Radna PiS za najczęstsze reakcje, z jakimi się spotkała, uznała reakcje pozytywne; nie określiła, jak często spotykała się z negatywnymi czy neutralnymi reakcjami. Trzech radnych PiS również wskazało reakcje pozytywne jako te najczęściej spotykane. Spośród radnych PO dwóch wskazało reakcje pozytywne jako te najczęściej spotykane. Dla jednego radnego PiS najczęstszymi reakcjami były reakcje neutralne. Podobne odczucia miało też dwóch radnych PO. Najrzadszą reakcją, z jaką spotkali się ankietowani w trakcie wizyt w domach wyborców, była reakcja negatywna. Deklarują tak zarówno przedstawiciele PiS, jak i PO.

Reakcja pozytywna bądź neutralna potencjalnych wyborców wiąże się zazwyczaj z wyrażeniem zgody na rozmowę z kandydatem. Wówczas jest okazja do poruszenia istotnych dla wyborcy problemów. Poniższe zestawienie pokazuje, jakie tematy były poruszane w rozmowach z ankietowanymi:

Tabela 23

Tematy poruszane w trakcie wizyt w domach wyborców

	Radni PiS – kobiety	Radni PiS – mężczyźni	Radni PO – mężczyźni	Razem
1	2	3	4	5
Bezpieczeństwo w mieście/dzielnicy	1	3	1	5
Opieka zdrowotna	–	–	2	2
Edukacja, kultura	–	1	1	2
Inwestycje	1	4	2	7
Komunikacja miejska	–	3	2	5
Miejsca parkingowe	–	3	3	6
Pomoc socjalna dla mieszkańców	1	–	–	1
Porządek w mieście	1	2	–	3

1	2	3	4	5
Relacje międzyludzkie	–	1	1	2
Rynek pracy i bezrobocie	1	3	1	5
Sport, rekreacja, wypoczynek	–	1	2	3
Inne (jakie?)... – przedstawienie swojej kandydatury	–	–	1	1

Źródło: Badania własne.

Tematy poruszane w trakcie wizyt w domach wyborców dotyczyły m.in.: inwestycji (na ten temat rozmawiało z wyborcami 7 radnych), miejsc parkingowych (6 radnych), bezpieczeństwa w mieście/dzielnicy, komunikacji, rynku pracy i bezrobocia (5 radnych). Które z nich były najczęściej poruszane pokazuje poniższe zestawienie:

Tabela 24

Częstotliwość poruszanych tematów: od najczęściej (1) do najrzadziej (12) poruszanych*

	Radni PiS – kobiety	Radni PiS – mężczyźni	Radni PO – mężczyźni
Bezpieczeństwo w mieście/dzielnicy	1	5, 1, 4	4
Opieka zdrowotna	–	6	1, 2
Edukacja, kultura	–	0, 9	6
Inwestycje	6	7, 2, 0, 1	2, 1
Komunikacja miejska	–	1, 3, 5	3, 1
Miejsca parkingowe	5	2, 5, 0, 7	5, 3, 3
Pomoc socjalna dla mieszkańców	3	11	–
Porządek w mieście	4	3, 3	–
Relacje międzyludzkie		4, 10	4
Rynek pracy i bezrobocie	2	6, 4, 2	7
Sport, rekreacja, wypoczynek	–	6, 8	2, 4
Inne (jakie?)... – przedstawienie swojej kandydatury	–	–	Nie było czasu na rozmowę (z wcześniejszego punktu wynika, że ankietowany w trakcie spotkań przedstawiał swoją kandydaturę)

* Nie wszyscy ankietowani wypełnili ten punkt kwestionariusza do końca.

Źródło: Badania własne.

Wśród tematów poruszanych w trakcie rozmów z wyborcami pierwsze miejsca ankietowani przypisali bezpieczeństwu w mieście i dzielnicy,

inwestycjom i komunikacji miejskiej. Na wysoką częstotliwość występowania ankietowani wskazywali również w przypadku tematu rynek pracy i bezrobocie oraz opieka zdrowotna.

Mimo okazji do poruszenia wielu wyżej wymienionych tematów, głównym celem wizyty jest prezentacja swojej osoby, a tym samym zwiększenie swoich szans w wyborach. Poniższe zestawienie pokazuje, ilu kandydatów na radnych zdecydowało się wprost zapytać rozmówców o możliwość uzyskania ich głosu:

Tabela 25

Pojawienie się pytania na zakończenie wizyty o to, czy kandydat może liczyć na głos

	Radni PiS – kobiety	Radni PiS – mężczyźni	Radni PO – mężczyźni	Razem	Razem (w %)
Tak	–	2	3	5	55,6
Nie	1	2	1	4	44,4

Źródło: Badania własne.

Ponad połowa ankietowanych, którzy zastosowali metodę *door-to-door* w trakcie rozmowy zapytała rozmówcę, czy może liczyć na jego głos. Z jaką reakcją na to pytanie się spotkali – pokazuje poniższa tabela:

Tabela 26

Reakcja wyborców na pytanie kandydata o możliwość oddania na niego głosu*

	Radni PiS – mężczyźni	Radni PO – mężczyźni	Razem	Razem (w %)
Pozytywną	2	2	4	80
Negatywną	–	–	–	0
Neutralną	–	1	1	20
Trudno powiedzieć	–	–	–	0

* Na pięciu ankietowanych, którzy zadali to pytanie.

Źródło: Badania własne.

Aż 80% spośród tych kandydatów, którzy zdecydowali się zapytać wyborców o możliwość oddania na nich głosu, spotkało się z pozytywnymi reakcjami na to pytanie. Jedynie 20% spotkało się z reakcją neutralną. Żaden z ankietowanych nie spotkał się z reakcją negatywną.

Jak zaznaczono na wstępie – z 20 radnych, którzy wypełnili ankietę, jedynie 9 osób stosowało metodę *door-to-door* w ostatnich wyborach samorządowych. Jaka była przyczyna rezygnacji z tej popularnej, bądź co bądź, w trakcie kampanii samorządowej metody, pokazuje poniższe zestawienie:

Tabela 27

Przyczyny rezygnacji z zastosowania metody *door-to-door* w trakcie ostatniej samorządowej kampanii wyborczej*

	Radni PiS – kobiety	Radni PiS – mężczyźni	Radni PO – mężczyźni	Radni SLD – mężczyźni	Razem
Brak czasu	–	3	–	–	3
Brak wiary w skuteczność tej metody	–	2	–	1	3
Postawienie na inne metody i środki promocji	2	6	1	–	9
Niechęć do odwiedzania ludzi w ich domach	–	4	–	–	4
Inne (jakie?)	–	„Metoda może przynieść więcej negatywnych opinii. Sam nie lubię jak odpoczywając w domu ktoś „zawraca mi głowę”; „Nie zakłócam spokoju i ciszy domowej”	–	–	–

* Dane nie sumują się do 100%, ponieważ ankietowani mogli zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: Badania własne.

Aż 9 z 11 ankietowanych jako przyczynę rezygnacji z zastosowania metody *door-to-door* podaje „postawienie na inne metody i środki promocji”. Niniejsze badania nie wyjaśniają, co to za metody i środki promocji. 4 ankietowanych deklaruje niechęć do odwiedzania ludzi w ich domach. Dodatkowo dwóch radnych uzupełniło tę kwestię słowami: „Sam nie lubię, jak odpoczywając w domu ktoś «zawraca» mi głowę”; i „Nie zakłócam spokoju i ciszy domowej”.

Wyniki badań dotyczących metody *door-to-door* i jej zastosowania przez lubelskich radnych w trakcie kampanii wyborczej do Rady Miasta

Bibliografia

- T. Chmielewski, K. Malinowski, *Door-to-door jako instrument aktywizacji wyborców*, w: *Marketing polityczny w poszukiwaniu strategii wyborczego sukcesu*, red. M. Jeziński, Toruń 2004, s. 261–297.
- W. Cwalina, A. Falkowski, *Marketing polityczny. Perspektywa psychologiczna*, Gdańsk 2006.
- Marketing polityczny. Szansa czy zagrożenie dla współczesnej demokracji?*, red. P. Pawełczyk, Poznań 2007.
- J. Muszyński, *Leksykon marketingu politycznego*, Wrocław 2001
- www.um.lublin.eu.

Door-to-door canvassing and its application by Lublin councilors during the 2010 City Council election campaign

Summary

The paper concerns door-to-door canvassing and its use by Lublin councilors during the 2010 election campaign for the City Council. The results of the survey presented in the text show to what extent the method was applied by the winners in the elections. In February 2011 the author approached the councilors via the President of the Lublin City Council asking them to fill in a questionnaire on door-to-door canvassing. Twenty out of thirty one councilors returned the questionnaires, accounting for 64.5% of all the respondents. These questionnaires provided the research material for analysis.